# “融媒体”下广播电视编辑的主体意识与受众意识

摘　要：移动互联网技术和新媒体技术的诞生给传统的广播电视传播媒介带来了极大冲击，迫使广播电视这一传统媒介纷纷寻求与其他传播媒介融合，共同开创“融媒体”发展的崭新时代。在这样的背景之下，广播电视编辑的主体意识和受众意识受到了挑战，必须做出相应的完善才能适应当下正在进行的融媒体建设。本文从融媒体、主体意识、受众意识三者的相关概念出发，对主体意识和受众意识在广播电视编辑工作中发挥的作用展开解析，对广播电视编辑在主体意识和受众意识方面容易出现的问题进行分析，最后提出“融媒体”下解决问题的具体举措。

关键词：融媒体；广播电视编辑；主体意识和受众意识
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）07-083-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.07.025

文 / 李艳



移动互联网技术和新媒体技术的诞生以及飞速发展，不但改变了我们的生活，而且影响着各行各业乃至世界。传统的广播电视传播媒介同样无法避免。

在新兴传播媒介的跃起之下，传统广播电视传播媒介借助互联网技术的发展，虽然也获得了比原来更加广阔的传播范围，但依然摆脱不了受众群体及人数日渐流失的困窘。传统广播电视传播媒介的传播力、引导力、影响力、公信力面临挑战，党的主流思想舆论阵地面临挑战。

面对传播格局的深刻变革和舆论生态的重大变化，在2018年8月召开的全国宣传思想工作会议上指出，“要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众”；在今年的“1.25”讲话中进一步指出，要“推动媒体融合向纵深发展，做大做强主流舆论”。无论是建设县级融媒体中心，还是推动媒体融合向纵深发展，都给传统的广播电视编辑带来了一次重大考验，它考验着传统广播电视编辑的理论素养、专业技能、创新水平，更考验着传统广播电视编辑的主体意识和受众意识。

## 1. 融媒体、主体意识、受众意识三者的相关概念

### 1.1 融媒体的相关概念

从本质上看，融媒体是社会信息化程度发展到一定阶段衍生的一种在互联网技术加持下，对各种资源进行整合，将新媒体和传统媒体二者的优势进行结合的全新的媒体运作方式。这种结合不是媒介之间的简单相加，而是媒介之间的深度融合。媒体融合发展，要坚持一体化发展方向，通过流程优化、平台再造，实现各种媒介资源、生产要素有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通，催化融合质变，放大一体效能，打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。

融媒体环境下将对传统广播电视的策采编发流程进行再造，以适应一体化发展方向，形成一体化联动平台。传统广播电视编辑作为这一再造流程中的重要一环，必须做出相应的改变，才能适应融媒体传播的需求，打造出与主流媒体气质相匹配的融合产品，更好地引导群众、服务群众。首当其冲迎接改变的就是广播电视编辑的主体意识和受众意识。

### 1.2 主体意识的相关概念

就广播电视编辑而言，主体意识主要表现在编辑人员的自主意识、责任意识、创新意识和人格意识对节目导向、内容真实性和宣传方式方法的能动影响上。它直接或间接地体现在节目上，影响着节目的权威性和公信力。

### 1.3 受众意识的相关概念

对广播电视编辑来说，受众意识就是在创作节目的过程中要始终贯穿为受众服务、对受众负责的理念，注重研究受众心理、了解受众需求、倾听受众意见，无论在思维方式、表达形式上，还是在内容选择、接受习惯上，都要最大程度地考虑受众的感受、符合受众的利益，自始至终做到“胸怀受众”。

## 2. 主体意识和受众意识在广播电视编辑中发挥的作用

### 2.1 主体意识对广播电视节目的影响

不同阶级的人具有不同阶级属性的主体意识，这一显著特征直接决定着广播电视编辑人员在对待同一新闻事件时的态度和观点，进而影响着广播电视节目的舆论导向和客观程度，影响着广播电视节目的引导力和公信力。

广播电视节目的内容选择、价值取向和呈现形式基本与编辑人员的自主意识有着密不可分的联系。编辑人员的自主意识影响着广播电视节目内容的真实性，影响着广播电视节目的价值取向，也影响着广播电视节目的形式类别。

如果说创新是广播电视节目永葆活力的法宝，那么广播电视编辑人员的创新意识就是赢得这一法宝的动力源泉，它不但影响着广播电视编辑的创新能力，也影响着广播电视节目的创新水平，关系着广播电视节目的竞争力和影响力。

### 2.2 受众意识对广播电视节目的影响

受众意识是广播电视编辑工作的出发点和落脚点，它贯穿于广播电视编辑工作的全过程。一般情况下，广播电视编辑的受众意识越强，越能够站在受众的立场上换位思考，所生产出来的节目越能够满足受众在情感、心理、

求知和价值取向等方面的需求，从而影响受众对节目的接受、喜爱、认同程度，影响广播电视节目的传播力。

树立受众意识有助于广播电视编辑贴近实际、贴近生活、贴近群众，有助于广播电视编辑了解群众需求、倾听群众的意见建议、增进与群众的互动交流、及时发现问题改正错误，从而生产出对受众负责、符合受众接受习惯、群众喜闻乐见的广播电视节目，更好地引导受众、服务受众。

## 3. 广播电视编辑在主体意识和受众意识方面出现的问题

### 3.1 片面强调受众意识，使节目丧失应有的价值导向功能

受众意识是一把“双刃剑”，使用得好能够调动广播电视编辑为受众着想、对受众负责的主观能动性，增强广播电视节目的吸引力、感染力、传播力、影响力，增强广播电视节目的社会效益；使用得不好很容易走入片面追求收视率、取悦受众，片面追求经济效益、迎合受众和片面满足受众、娱乐受众的误区，从而影响广播电视编辑在内容选择、价值取向和节目呈现上的客观性与公正性，影响广播电视节目的真实性、价值导向和正能量传播。

### 3.2 自主意识的片面强调，使得节目真实性无法保障

广播电视编辑的自主意识主要体现在节目创作过程中，广播电视节目编辑的自我主导意识对节目生产的影响。也就是广播电视编辑自身的爱好、素养、审美、价值取向等对广播电视节目生产的直接或能动作用。它毋庸置疑地影响着广播电视节目编辑在内容选择、价值取向和节目呈现上的客观性与公正性，进而影响着广播电视节目的真实程度、价值导向和正能量传播。

### 3.3 编辑人员自身缺乏责任意识

广播电视编辑的责任意识不强导致广播电视节目编辑的专业技能、职业操守不足以应对广播电视节目发展的需求。这必然影响到广播电视节目的质量和价值。

### 3.4 编辑人员缺少必备的创新精神

广播电视编辑的创新意识不强导致广播电视编辑墨守成规、固步自封，不愿意接受新观念、新观点、新知识、新变化，缺乏对新事物、新技术、新标准、新领域的积极探索、认知态度，创新能力不高，生产出来的节目缺少活力，无法适应时代，无法应对新形势下层出不穷的新节目的挑战，影响了广播电视节目的竞争力和影响力。

### 3.5 编辑人员自身人格差异

广播电视编辑的人格意识影响着广播电视编辑的个性追求。这方面的局限性导致广播电视节目的表现形式、风格特色固化单一。

综上所述，广播电视编辑对主体意识和受众意识任何一方的过度推崇都将导致另一方的弱化，任何一方的不足都将影响广播电视节目的传播力、影响力、引导力、公信力。二者必须均衡发展。

## 4.“融媒体”下广播电视编辑解决主体意识和受众意识的具体举措

融媒体时代的到来，既给传统的广播电视发展带来了前所未有的挑战，也为传统的广播电视发展赢得了绝处逢生的机会。为了适应融媒体传播“一次采集、多元生成、多渠道传播”的策采编发流程，集中资源、集中力量打造与主流媒体气质相匹配的融合产品，传统的广播电视编辑必须直面自身在主体意识和受众意识方面存在的问题，采取措施，弥补不足，才能够适应不断发展的时代，才能够顺应当下融媒体传播的需求。

### 4.1 深入学习并坚定马克思主义新闻观

马克思主义新闻理论是马克思主义基本原理同新闻实践相结合的产物，马克思主义新闻观是马克思主义世界观、人生观、价值观在新闻传播领域的体现。

深入学习马克思主义新闻理论，坚定马克思主义新闻观，有助于广播电视编辑坚持新闻传播的党性原则和真实性原则，有助于提高广播电视编辑的政治敏感性和政治鉴别力，对杜绝虚假报道、提高舆论引导力、坚持社会效益的首要地位、加强新闻职业道德建设具有十分重要的作用。无论是传统的广播电视传播，还是当下的融媒体传播，广播电视编辑不能也不应该放松对马克思主义新闻理论的学习，要始终坚定马克思主义新闻观。

### 4.2 增强“四力”，即“脚力、眼力、脑力、笔力”，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力

“脚力”，即行走和站立的能力。通过增强“脚力”，深入基层、深入现场，可以拉近与群众的距离，精准把握群众需求、准确表达群众心声、客观反映群众生活；通过增强“脚力”可以站稳政治立场，始终保持新闻宣传工作正确的政治方向。

“眼力”，即观察力、发现力，它的背后是判断力、辨别力。增强“眼力”可以知你我、辨是非、分真假、断美丑，提高掌握群众兴趣爱好、发现选题、甄别素材、杜绝虚假报道的能力。

“脑力”，即思考的能力。增强“脑力”可以避免肤浅片面，确保新闻报道的深度厚度、客观全面。

“笔力”，即记录改革、书写时代的能力，它的背后是文风问题。增强“笔力”才能创作出不虚不夸、不空不钝的新闻作品。

“脚力、眼力、脑力、笔力”增强了，才能生产出具有强大传播力、引导力、影响力、公信力的融合产品。

### 4.3 增强创新意识，提升创新能力，打造符合受众需求、群众喜闻乐见的融合产品

秉持“内容为王”理念，创新内容、形式，打造优质原创作品；融合不同的媒介优势，打造可听、可看、可读的融合产品；借鉴短视频优势，打造短平快的融合产品；借鉴央视的节目拆条经验，打造可拆分、可接力的融合产品；发挥互联网技术的互动交流优势，打造方便受众互动交流的融合产品等。

需要注意的是，一切创新既要符合国家利益，又要符合主流价值观。一定要杜绝盲目创新。

### 4.4 提升专业素养和职业操守，坚守媒体权威性和公信力

在融媒体发展趋势明显的媒体环境中，广播电视编辑除了需要从数量更为庞大的素材中进行节目元素的筛选之外，需要对当前种类繁多的新媒体设施的具体使用等方面进行了解。这也就对广播电视编辑人员的专业素养提出了全新的要求：通过在工作中发挥自身的专业水平，以一种客观、全面、理性的态度进行节目内容的筛选以及制作。

当代广播电视节目只有在符合受众需求、形式多样化、内容丰富的基础上才能不断地吸引受众，取得应有

（下转第110页）